

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

THIAGO PINTO PATRÍCIO

ESTUDO DE VIABILIDADE FINANCEIRA – HAMBURGUERIA

CURITIBA

2015

THIAGO PINTO PATRICIO

ESTUDO DE VIABILIDADE FINANCEIRA – HAMBURGUERIA

Monografia apresentada ao Departamento de Administração, do setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná, como requisito para do título de MBA em Finanças. Professor Orientador: Dr. Rodrigo Oliveira Soares

CURITIBA

2015

TERMO DE APROVAÇÃO

THIAGO PINTO PATRICIO

ESTUDO DE VIABILIDADE FINANCEIRA – HAMBURGUERIA

Monografia apresentada como requisito parcial à para obtenção do grau de Especialista no Curso de MBA em Finanças, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Oliveira Soares
Departamento de Administração Geral e Aplicada, UFPR

Prof. Dr. Marcos Wagner da Fonseca
Departamento de Administração Geral e Aplicada, UFPR

Curitiba, 2015.

RESUMO

A presente monografia tem como objetivo realizar uma análise de investimento produtivo na abertura de uma hamburgueria. Com base em dados reais, e em estimativas de custos, foi feita a projeção de fluxos de caixa, e foram calculados o VPL, a TIR e o payback. O objetivo do trabalho foi o de fazer um orçamento de capital para analisar a viabilidade de um investimento em um negócio do ramo de hamburgueria.

Palavras-chave: orçamento de capital; investimento; hamburgueria

ABSTRACT

The objective of this monograph is to analyze productive investment in the opening of a hamburger. Based on actual data and cost estimates, the cash flow projection was calculated, and NPV, IRR and payback were calculated. The objective of the work was to make a capital budget to analyze the feasibility of an investment in a hamburger business.

Keywords: capital budget; investment; hamburger house

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
2. REFERENCIAL TEÓRICO	6
2.1 METODOLOGIA DE PESQUISA	6
2.2 DECISÕES DE INVESTIMENTO DE LONGO PRAZO.....	8
2.3 ORÇAMENTO DE CAPITAL	8
2.3.1 Técnicas de Orçamento de Capital	9
3. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS	10
3.1 INVESTIMENTO INICIAL NECESSÁRIO.....	11
3.1.1 Equipamentos de produção.....	11
3.1.2 Equipamentos de automação comercial.....	13
3.1.3 Reforma.....	13
3.1.4 Outros custos	14
3.2 FLUXOS DE CAIXA RELEVANTES.....	15
3.2.1 Premissas de receitas	16
3.2.1.1 Do número de unidades vendidas.....	17
3.2.1.2 Do preço das unidades vendidas	18
3.2.2 Premissas de despesas	19
3.2.3 Demonstrativo de resultados.....	25
3.3 ORÇAMENTO DE CAPITAL	29
3.3.1 Custo de Capital.....	29
3.3.2 Valor Presente Líquido (VPL).....	30
3.3.3 Taxa Interna de Retorno (TIR)	30
3.3.4 Tempo de Payback	31
3.4 ANÁLISE DE VIABILIDADE	32
4. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES FINAIS	35
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36

1. INTRODUÇÃO

De acordo com a consultoria Instituto Gastronomia (Folha de São Paulo, 2014), o número de estabelecimentos especializados em hambúrgueres (desconsidera padarias e redes com mais de 5 unidades) na cidade de São Paulo saltou de 50 em 2004, para 287 em 2014, ou seja, um crescimento de 575% em dez anos. Entretanto, Curitiba conta hoje com, segundo levantamento realizado no Google, Facebook, Trip Advisor e participantes do último “CWB Burger Fest” (festival de hambúrguer que ocorre periodicamente na capital paranaense), aproximadamente, 45 casas do gênero, ou seja, menos estabelecimentos do que a capital paulista contava há 11 anos atrás.

Tais dados a respeito do “boom” das hamburguerias, especialmente na cidade de São Paulo, bem como o aparente baixo desenvolvimento do segmento em Curitiba, traz a tona as questões que serão objetos de estudo neste artigo.

Problema de Pesquisa: As hamburguerias são realmente negócios tão rentáveis quanto aparentam, a julgar pelo seu extraordinário crescimento em um grande centro do país? Seria financeiramente vantajoso deixar uma posição de trabalho em uma empresa multinacional para empreender no ramo?

A relevância da pesquisa se dá principalmente por sanar questões do próprio autor, mas não deixando de ser relevante também a outros que tenham interesse comum em optar por iniciar uma empresa no referido ramo em alternativa a trabalhar como assalariado. O que, com base nos dados levantados acima, aparenta ter certa relevância, por tratar-se de um mercado em franca expansão.

A partir de tais questões o presente documento tem como tema um estudo de caso de avaliação de viabilidade financeira na tomada de decisão de investimento para abertura de um estabelecimento comercial no ramo de alimentação na cidade de Curitiba/PR, como foco, primordialmente, na comercialização de hambúrgueres, bebidas e outros alimentos.

O objetivo geral deste artigo é avaliar a viabilidade da decisão de investimento de longo prazo na abertura de um estabelecimento comercial no ramo de alimentação (Hamburgueria) na cidade de Curitiba através da utilização de métodos

e técnicas de pesquisa para entender quais são, aproximadamente, os investimentos iniciais necessários, receitas e custos para a elaboração de um fluxo de caixa e, utilizando as ferramentas de orçamento de capital, determinar a rentabilidade do possível empreendimento. Os objetivos específicos são (i) levantamento de dados para definição aproximada do investimento inicial necessário, receitas e despesas; (ii) elaboração dos fluxos de caixa relevantes; (iii) cálculo de orçamento de capital – Custo de Capital, VPL, TIR e Payback; (iv) avaliar viabilidade do empreendimento.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo visa elucidar de que maneira se deu o levantamento de dados bem como o processo de orçamento de capital, explicando as técnicas utilizadas e de que maneira as mesmas podem direcionar a tomada de decisão em empreender, no caso deste artigo, em uma hamburgueria.

O trabalho não tem por objetivo definir aspectos de mercadológicos de uma hipotética empresa como, por exemplo, demanda, posicionamento, perfil de seus consumidores, estratégias de marketing e divulgação, identidade da marca ou qualquer outro aspecto que não de viabilidade financeira do investimento, ou seja, sob que condições, considerando aspectos como investimento inicial, custo fixos e variáveis, preço, margem de lucro, receitas com produtos vendidos e impostos o negócio pode ser lucrativo e viável.

2.1 METODOLOGIA DE PESQUISA

A metodologia de pesquisa para levantamento de dados do presente artigo se deu da seguinte forma:

- a) Segundo bases lógicas: Método Dedutivo – dados gerais de estabelecimentos similares e de fornecedores foram coletados através de visitas e informações de mercado disponíveis online e utilizados para a elaboração dos dados específicos do investimento inicial estimado e dos fluxos de caixa relevantes.
- b) Segundo abordagem do problema: Qualitativa – pois não visa responder questões como preço médio dos lanches oferecidos, dispersão geográfica das lanchonetes ou desenvolver qualquer tipo de correlação dos dados da hamburgueria (ou de seu mercado) com outros dados, mas sim, visa responder uma questão específica, que é a aceitação (ou não) de uma situação específica de investimento, dadas certas condições financeiras. Contudo, ainda que fazendo uso de alguns dados quantitativos, a disponibilidade e qualidade de informações não preencheriam os requisitos mínimos necessários de confiabilidade para se produzir um estudo quantitativo relevante a partir da utilização de ferramentas

estatísticas. A análise dos dados será feita baseado em critérios do autor de utilizar um valor médio razoável das informações obtidas (nem os itens mais caros, nem os mais baratos, podendo haver exceções).

- c) Segundo objetivo geral: Pesquisa exploratória – pois tem como objetivo esclarecer um tópico específico, que é a viabilidade financeira de um empreendimento. A partir de tal entendimento, podem-se abrir novas hipóteses para investigações mais amplas, como um estudo de potencial mercadológico, de correlação entre a distribuição geográfica das hamburguerias e renda média dos bairros onde estão inseridas ou até mesmo se este movimento de expansão do mercado é sustentável no longo prazo.
- d) Segundo Procedimento Técnico: Pesquisa Documental – Por se tratarem de dados comerciais estratégicos, as informações requeridas para desenvolver o modelo não são de fácil acesso, uma vez que alguns deles são de importância vital para sobrevivências dos negócios, como custos operacionais, margem de lucro e gastos com investimentos. A divulgação destes dados, ainda que para fins acadêmicos, podem abrir margem para o surgimento de concorrentes no setor ou mesmo gerar impacto em preços. Portanto, o método de coleta da informação está baseado em análise de documentos e dados disponíveis na internet, publicações do ramo e, quando aplicável, revistas e periódicos. Alguns dos dados foram obtidos informalmente através de contatos pessoais ou telefônicos com fornecedores de estabelecimentos existentes (Surveys), como açougues, panificadoras e outras hamburguerias, visando assim tentar entender questões como custos e demanda para a formação de preço e fluxo de caixa. Tendo isto em vista, a pesquisa se utilizou de uma amostragem por acessibilidade (ou conveniência), à medida que houve disponibilidade de dados.

As fontes de dados serão citadas e explicadas no decorrer do documento, conforme forem sendo utilizadas.

2.2 DECISÕES DE INVESTIMENTO DE LONGO PRAZO

Segundo Júnior, Rigo e Cherobin (2010, p.161) “As boas decisões de investimento de capital são essenciais para o sucesso porque podem assegurar a maximização de riqueza aos acionistas, o encantamento de clientes e a satisfação dos funcionários.”.

Com base nessa afirmação e assumindo o empreendedor como seu próprio “acionista”, todos os pontos acima fazem perfeito sentido para utilização das técnicas de decisão de investimento de longo prazo na tomada de decisões, não apenas em corporações (mais comunmente utilizadas), mas também por indivíduos que desejam empregar capital em novos empreendimentos, pois os objetivos finais são exatamente os mesmos, ou seja, geração e maximização de lucro e satisfação de clientes e funcionários, que são premissas fundamentais na perpetuação das empresas, objetivos estes que deveriam ser comuns a multinacionais ou microempreendedores individuais.

2.3 ORÇAMENTO DE CAPITAL

O processo mais comunmente utilizado neste tipo de tomada de decisão é o Orçamento de Capital que, segundo Gitman (2004, p.304), “[...] é o processo de avaliação e seleção de investimentos de longo prazo compatíveis com o objetivo de maximização da riqueza do proprietário da empresa.”.

O processo de orçamento de capital, segundo Gitman (2004), é dividido em cinco etapas, que são:

- a) Geração de propostas
- b) Revisão e análise
- c) Tomada de decisão
- d) Implantação
- e) Acompanhamento

Dentro do presente estudo, serão abordadas apenas as três primeiras etapas, elaborando uma proposta de cenário para a hamburgueria que será revisada e analisada com uso das ferramentas de orçamento de capital, viabilizando assim a tomada de decisão.

As características do projeto em questão, de acordo com a terminologia básica de Gitman (2004), são: Projeto independente, sob condição de fundos ilimitados, enfoque de aceitação-rejeição e baseado em fluxos de caixa convencionais, ou seja, a partir da coleta de dados de mercado, será definido o investimento necessário e os fluxos de caixa relevantes serão elaborados para entender se uma Hamburgueria, vista por uma ótica de orçamento de capital é um projeto rentável e aceitável.

2.3.1 Técnicas de Orçamento de Capital

Gitman (2004, p. 338) menciona que depois de feitas as estimativas de fluxo de caixa, as empresas devem analisá-los para julgar se os projetos são viáveis ou classificá-los através das técnicas de orçamento de capital que, fundamentalmente são:

- a) Payback: Tempo necessário para que o investimento inicial seja recuperado, onde projetos com menor tempo de retorno são preferíveis;
- b) Valor Presente Líquido (VPL): Considera o valor do dinheiro no tempo, descontando os fluxos de caixa da empresa a uma taxa estipulada, que é basicamente o retorno exigido. Sugere-se aceitação de projetos com índice maior que zero;
- c) Taxa Interna de Retorno (TIR): Assim como o VPL, considera o valor do dinheiro no tempo e pode ser considerada a taxa anual composta de retorno que a companhia terá se investir em um projeto e receber as entradas de caixa projetadas, onde devem ser aceitos apenas os projetos com TIR superior aos custos de capital.

3. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

Com base no referencial teórico mencionado anteriormente, este capítulo tem por objetivo expor os dados coletados durante pesquisa realizada, bem como a realização do orçamento de capital do projeto de abertura de uma hamburgueria para análise de viabilidade e será subdividido da seguinte forma:

- a) Definição do investimento inicial necessário
- b) Definição de Receitas e Despesas para elaboração dos fluxos de caixa relevantes (demonstração de resultados estimada)
- c) Realização do orçamento de capital
- d) Análise de viabilidade

Contudo, antes de aprofundar as questões acima, considerando o material “Como montar uma lanchonete”, desenvolvido pelo SEBRAE e pesquisas *in loco* realizadas, faz-se necessária a definição geral do porte do estabelecimento em questão para que, desta maneira, seja possível entender mais precisamente os custos, receitas e investimentos necessários associados.

Assim sendo, a hamburgueria idealizada neste exercício deverá contar com área física de aproximadamente 100 metros quadrados, o que, conforme observado em lanchonetes da cidade de Curitiba como Guiolla (bairro Bigorrião), Fábrica Gourmet (bairro Jardim das Américas), O Gira Mundo (bairro Água Verde) e Hamburgueria Água Verde (bairro Água Verde) é suficiente para atender entre 60 e 80 clientes simultaneamente. Tais dados são importantes por influenciarem no custo de reforma, aluguel e a capacidade de atendimento (demanda) que, conseqüentemente, influenciará no tipo de equipamento e tamanho do *staff* requerido para realizar o atendimento. Adicionalmente, para este estudo, serão considerados para fins de cálculo de receita apenas os seguintes produtos vendidos: i) Hambúrguer; ii) Batata Frita; iii) Chop; iv) Refrigerante e v) Água.

Obviamente que estabelecimentos similares ofertam uma gama maior de produtos a seus clientes, contudo, estes produtos dependem de diversos outros fatores a serem considerados como público alvo, localização, posicionamento e

outros, que não são objeto de estudo deste artigo. Portanto, serão abordados apenas itens considerados *core*, ou seja, mais comumente presentes em lojas do gênero.

3.1 INVESTIMENTO INICIAL NECESSÁRIO

Para o investimento inicial, foram considerados gastos necessários nas seguintes frentes: i) Equipamentos de Produção, ii) Equipamentos de Automação comercial, iii) Reforma e iv) Outros, que inclui primeiro mês de despesas operacionais e uma provisão de 10% sobre o total de investimento estimado nos itens anteriores para cobrir eventuais valores não considerados ou de difícil mensuração.

3.1.1 Equipamentos de produção

Um levantamento em sites de lojas e mecanismos de busca de preço (Lojas Clima, Casa do Fogão, Mercado Livre e Buscapé) para de equipamentos de cozinha industrial foi realizado com o intuito de estimar os custos aproximados com equipamentos de cozinha necessários para a produção de hambúrgueres. Claramente a amplitude dos valores encontrados é muito grande em função da qualidade e capacidade de produção dos equipamentos, conforme se pode visualizar na Tabela 1.

Tabela 1: Cotação de preços equipamentos de cozinha industrial.

	Lojas Clima	Casa do Fogão	Mercado Livre	Buscapé
Fogão Industrial 4 bocas a gás	Entre R\$ 829,39 e R\$ 5.974,39	Entre R\$ 500,00 e R\$ 3.339,00	Entre R\$ 442,00 e R\$ 4.590,00	Entre R\$ 518,00 e R\$ 1.740,00
Chapa Industrial grande para lanches a gás	Entre R\$ 818,89 e R\$ 2.093,00	Entre R\$ 829,00 e R\$1.790,00	Entre R\$ 725,00 e R\$ 1.527,90	Entre R\$ 759,05 e R\$ 1.044,05
Coifa Industrial	Não Encontrado	Não Encontrado	R\$ 1.500,00	Não Encontrado
Balcão Refrigerado 2 ou 3 portas	Entre R\$ 3.839,90 e R\$ 7.072,29	Não Encontrado	Entre R\$ 4.399,99 e R\$ 6.443,41	Não Encontrado
Chopeira Elétrica Profissional (pelo menos 2 torneiras)	Não Encontrado	Não Encontrado	Entre R\$ 4.300,00 e R\$ 7.2650,00	Entre R\$ 4.231,40 e R\$ 6.349,00
Expositor de Bebidas Refrigerado 1 porta (capacidade aprox. 200 latas)	Entre R\$ 2.819,90 e R\$ 5.207,89	R\$ 3.806,00	Entre R\$ 2.585,52 e R\$ 3.680,00	Entre R\$ 2.384,10 e R\$ 7.694,91
Fritadeira Industrial 2 Cubas a gás	Entre R\$ 419,89 e R\$ 5.428,39	Entre R\$ 371,00 e R\$ 5.758,00	Entre R\$ 399,99 e R\$ 8.816,00	Entre R\$ 526,00 e R\$ 1.844,10
Mesa de Preparo	Entre R\$ 724,39 e	Não Encontrado	Entre R\$ 449,99 e	Entre R\$ 439,90

	Lojas Clima	Casa do Fogão	Mercado Livre	Buscapé
Inox	R\$ 1.312,39		R\$ 899,99	e R\$ 805,90

Fonte: Dados do Autor

Levando em consideração as diversas opções disponíveis no mercado, a variedade de preços e a dificuldade em escolher quais seriam os itens mais apropriados para o tamanho do estabelecimento referenciado neste artigo, foi feita uma consulta aos proprietários do blog “Em busca do hambúrguer perfeito”, hoje um dos maiores blogs especializados em hambúrguer no país que, a partir dos dados acima, sugeriu o seguinte investimento inicial, em valores arredondados, em equipamentos de produção:

Tabela 2: Investimento Inicial Sugerido em equipamentos de produção

Itens (1 unidade de cada)	R\$
Fogão Industrial 4 bocas a gás	1.000,00
Chapa Industrial grande para lanches a gás	1.800,00
Coifa Industrial	1.500,00
Balcão Refrigerado 2 ou 3 portas	5.500,00
Chopeira Elétrica Profissional (pelo menos 2 torneiras)	10.000,00
Expositor de Bebidas Refrigerado 1 porta (capacidade aprox. 200 latas)	4.000,00
Fritadeira Industrial 2 Cubas a gás	1.200,00
Mesa de Preparo Inox	500,00
TOTAL	25.500,00

Fonte: Dados do Autor

As principais justificativas para as escolhas acima são de que a chapa é o equipamento fundamental para a produção e, portanto, deve-se investir em um equipamento de alta capacidade produtiva e melhor qualidade, resultando assim na escolha de um item na faixa superior de preço. Já para a chopeira, foi estimado um valor acima do maior encontrado no mercado por terem sido achados apenas modelos que não atendem as necessidades de um estabelecimento comercial, sendo necessários equipamentos fornecidos por casas especializadas neste tipo de equipamento. Já para o restante dos itens, foram considerados modelos intermediários dentro das faixas de preço demonstradas na Tabela 1, que atendem as necessidades iniciais de uma loja do tamanho especificado.

Algumas das lojas consultadas oferecem condições flexíveis de pagamento como descontos à vista e parcelamento em até dez vezes (sem juros) para compra destes produtos. Contudo, para fins deste estudo, será adotada uma postura “conservadora”, considerando que todos os pagamentos serão feitos à vista (no período zero) e sem desconto.

Por fim, produtos não constantes nas tabelas acima (como panelas, talheres, louças, processador, balanças e outros) estarão contemplados na Tabela 4, dentro de “Provisão para itens não considerados”.

3.1.2 Equipamentos de automação comercial

Dentro desta categoria entende-se que sejam considerados equipamentos fundamentais para a operação comercial como a tomada e gestão dos pedidos, envio à cozinha e controle dos pagamentos dos clientes, conforme Tabela 3. Para este tipo de investimento inicial não foi incluída uma tabela de cotação, uma vez que não representa um investimento tão material, e os preços encontrados não demonstram grande oscilação, exceto pelos computadores, que podem variar entre R\$ 800,00 e mais de R\$ 5.000,00, contudo assumiu-se aqui o preço médio de R\$ 1.500,00 de um computador simples com a configuração recomendada para rodar o software gestão.

Tabela 3: Investimentos necessários em automação comercial

Items	Quantidade	Valor total
Computador	3	R\$ 4.500,00
Microterminal (registro de pedidos)	2	R\$ 1.500,00
Impressora Fiscal	2	R\$ 900,00
Gaveta de Notas	1	R\$ 800,00
	TOTAL	7.700,00

Fonte: Dados do Autor

As principais premissas para as quantidades utilizadas são, para os computadores, uma unidade para o escritório administrativo, uma unidade para o caixa e uma para a cozinha. Já os microterminais, unidades em diferentes pontos do restaurante para retirada de pedidos pelos garçons. Para as impressoras fiscais, uma unidade para saída de pedidos na cozinha e outra pra impressão das notas fiscais no caixa. Por fim, uma gaveta de notas para armazenamento de cédulas e moedas no caixa.

3.1.3 Reforma

Provavelmente um dos itens mais importantes e relativos do investimento inicial, a reforma do ponto comercial. Aqui os valores vão depender de diversos fatores e não há limites superiores e inferiores para este investimento.

Pode-se simplesmente optar por não reformar o local, mas talvez não seja uma decisão muito acertada, uma vez que é a reforma dará identidade ao estabelecimento e dirá muito sobre que tipo de público se quer atrair e até mesmo a respeito de quanto se quer cobrar pelo produto e/ou experiência oferecida aos clientes.

Alguns outros fatores que podem influenciar no custo da reforma do local são: i) a empresa escolhida para realizar o projeto, ii) a magnitude do trabalho a ser realizado (pode ser apenas estético, estrutural – elétrica, hidráulica, ou ambos), iii) qualidade dos acabamentos utilizados, entre outros.

Em consulta às empresas “AGU Engenharia” e “Compor Arquitetura e Engenharia” constatou-se que um projeto de reforma para um estabelecimento comercial pode oscilar (estimativa, uma vez que, sem um projeto real é muito difícil obter um valor exato) entre R\$ 1.000,00 e R\$ 3.000,00 por metro quadrado (incluindo material e mão de obra), na média (mais os custos do projeto – aprox. R\$ 5.000,00). Portanto, para tal estudo, considera-se o valor médio de R\$ 2.000,00 por metro quadrado, assumindo assim os 100 metros quadrados da hamburgueria, tem-se um valor estimado de reforma de R\$ 200.000,00, mais R\$ 5.000,00 do projeto, totalizando R\$ 205.000,00.

3.1.4 Outros custos

Dentro de outros valores a serem desembolsados como investimento inicial, são considerados: o primeiro mês de despesas operacionais, estimado em R\$ 36.330,80 (detalhes na seção 3.2.3 Demonstrativo de Resultados – Figura 1) e também uma provisão de 10% sobre o total de investimentos necessários para outros itens que, por ventura, não tenham sido considerados anteriormente por serem muito pequenos para detalhar (itens de menor representatividade financeira como panelas, louças, talheres, etc.), por falta de acesso aos valores (taxas de registro e inspeção) ou eventos imprevistos (maiores custos de obras, itens mais caros que o esperado, entre outros).

Portanto, para fins deste artigo, considerar-se-ão os valores da Tabela 4 como o Investimento Inicial necessário para abertura da referida lanchonete.

Tabela 4: Investimento inicial necessário

Equipamentos para Produção e Operação	
Items	R\$
Fogão Industrial	1.000,00
Chapa Ferro Fundido	1.800,00
Coifa	1.500,00
Fritadeira	1.200,00
Balcão Refrigerado	5.500,00
Mesa de Preparo	500,00
Chopeira	10.000,00
Expositor Refrigerado	4.000,00
(=) TOTAL	25.500,00
Equipamentos Automação Comercial	
Items	R\$
Computador	4.500,00
Microterminal	1.500,00
Impressora Fiscal	900,00
Gaveta de Notas	800,00
(=) TOTAL	7.700,00
Reforma	
Items	R\$
Reforma	200.000,00
Projeto	5.000,00
(=) TOTAL	205.000,00
Outros	
Items	R\$
Primeiro Mês de Despesas Operacionais	36.330,80
(=) Subtotal Investimento Inicial	274.530,80
(+) Provisão para itens não considerados (10%)	27.453,08
(=) TOTAL Investimento Inicial Estimado	301.983,88

FONTE: Dados do Autor

3.2 FLUXOS DE CAIXA RELEVANTES

Para elaboração dos fluxos de caixa relevantes foram definidas premissas para receitas, despesas e impostos, para posterior construção do Demonstrativo de Resultados (desconsiderando depreciação, tendo em vista que os cálculos de Orçamento de Capital não a levam em consideração por não haver desembolso efetivo de capital), conforme apresentados nos subtópicos a seguir.

3.2.1 Premissas de receitas

No presente estudo, as únicas fontes de receitas consideradas serão vendas dos seguintes produtos:

- a) Alimentos: Sanduíches (Hambúrguers) e batatas fritas
- b) Bebidas: Chop, Refrigerante e Água.

Esta visão se dá principalmente por dois motivos: i) adotar uma postura conservadora para este estudo em sua composição de receitas, ii) simplificar a visão do artigo para dar foco no produtos considerados essenciais para o estabelecimento, sem agregar itens de difícil mensuração de demanda. Apenas lembrando, os produtos adjacentes podem depender muito da estratégia comercial adotada e, portanto, não serão considerados.

Primeiramente, as definições de alguns parâmetros são necessárias para mensuração mais precisa de alguns dados, como:

- a) Horário de Funcionamento: assume-se que a loja funciona para atendimento ao público em período similar a outras do mesmo ramo, de terça-feira a sábado das 18:00 às 00:00. Ou seja, 6 horas por dia e aproximadamente 20 dias por mês. Em consulta realizada ao site “Em busca do hambúrguer perfeito”, estima-se que os clientes que frequentam este tipo de restaurante permanecem no local, em média, 1 hora. Assim sendo, conclui-se que o local, tendo capacidade de atendimento para 60 pessoas (assumindo-se o limite inferior, mencionado no capítulo 3), poderia atender durante suas 6 horas de funcionamento, um máximo de 360 clientes.

- b) Hámburguer: a composição do sanduíche oferecido é de 1 hambúrguer de 160 g (100% bovino), 1 pão de 70 g, 50 g de bacon, 25 g de queijo, 15 g de cebola caramelizada, 20 g de tomate, 5 g de alface, resultando em um lanche de aproximadamente 350 g no total.
- c) Batatas fritas: constitui uma porção de 200 g de batatas inglesas, fatiadas e fritas em óleo vegetal.
- d) Água: garrafas plásticas de 500 ml.
- e) Refrigerante: lata 350 ml.
- f) Chop: Canecas de 400 ml cada.
- g) Curva de maturação de receitas: assume-se 30% da demanda total prevista no “mês 1” de operação com progressão de 10% mensais, atingindo a maturação por volta do oitavo mês de funcionamento.

3.2.1.1 Do número de unidades vendidas

Em pesquisa de benchmark realizada com o açougue Mikilas, no bairro Água Verde, fornecedor de carnes, no atacado, para duas hamburguerias da cidade de Curitiba, o Whatafuck! (bairro Batel) e o Guiolla (bairro Bigorriho), informou que fornecem, respectivamente, aprox. 100 e 40 quilogramas de carne por dia para estas lanchonetes, o que divididos pelos 160g mencionados no item “b”, nos dá o equivalente a aprox. 625 e 250 unidades de hambúrguer a serem considerados neste estudo. Obviamente, são estabelecimentos com maior tempo de funcionamento e com curvas de demanda já estabilizadas e, além de tudo, são locais com conceitos muito diferentes entre si.

Entretando, tais demandas, podem oferecer um bom direcional para as estimativas deste estudo que, considerando a capacidade definida no item “a” e os números expostos no parágrafo anterior, não seria absurdo assumir que, quando atingida a maturação da demanda, o estabelecimento consiga vender algo em torno de 180 unidades por dia.

A partir da estimativa do número de unidades de hambúrguer vendidas e conversas com os proprietários do blog “Em busca do hambúrguer perfeito”, assume-se o seguinte para os demais itens comercializados:

- a) Batatas fritas: porções de 200g são suficientes para atender até 2 pessoas, portanto estima-se a venda média diária de aprox. de 50% do número de sanduíches, ou seja 90 unidades.
- b) Bebidas: em média 1 unidade por pessoa (ou por sanduíche), ou seja 180. O mix de pode ser algo muito subjetivo e variar de acordo com a época do ano e proposta do local, mas para fins deste artigo, assume-se que a maior parte seja de refrigerantes, seguida por chop e água, chegando a um mix de 50%, 33,33% e 16,67%, resultando em 90, 60 e 30 unidades, respectivamente.

Portanto, para a demanda de unidades, assumem-se os dados da Tabela 5.

Tabela 5: Venda diária estimada de unidades.

Item	Demanda média prevista (unidades por dia)
Hambúrguer	180
Batata Frita	90
Refrigerante	90
Chop	60
Água	30

FONTE: Dados do Autor

3.2.1.2 Do preço das unidades vendidas

A definição dos preços praticados deu-se fundamentalmente baseada nos preços praticados em algumas das principais hamburguerias no mercado de Curitiba, assumindo posicionamento ligeiramente abaixo da maioria, conforme Tabela 6 abaixo.

Tabela 6: Benchmark preços hamburguerias Curitiba

	Hambúrguer	Batatas Fritas	Refrigerante	Chop	Água
Fábrica Gourmet	Entre R\$ 21,00 e R\$ 39,00	R\$ 15,00	R\$ 4,00	R\$ 13,00 (500ml)	R\$ 4,00
Guiolla	Entre R\$ 23,00 e R\$ 31,00	R\$ 10,00	R\$ 4,90	Entre R\$ 8,00 e R\$ 10,00 (300ml)	R\$ 3,00 (300ml)
Porco Nobre	Entre R\$ 17,80 e R\$ 26,20	R\$ 13,60	R\$ 4,20	Não disponível	R\$ 3,20
Quincho Grill	Entre R\$ 17,90 e R\$ 27,90	R\$ 12,90	R\$ 4,10	Não disponível	R\$ 3,10
O Barba	Entre R\$ 15,00 e R\$ 18,50	Não disponível	R\$ 4,50	Entre R\$ 11,00 e R\$ 16,00 (500ml)	R\$ 3,50
Posicionamento Exercício	R\$ 20,00	R\$ 7,00	R\$ 4,00	R\$ 10,00 (400ml)	R\$ 3,00

FONTE: Dados do Autor

Assim sendo, com 20 dias de operações ao mês, têm-se a seguinte receita recorrente mensal projetada:

Tabela 7: Receita projetada

	Demanda diária prevista (unidades)	(x) Dias de operação	(=) Demanda Mensal (unidades)	(x) Preço de venda unitário	(=) Receita mensal recorrente	(=) Receita anual recorrente
Hambúrguer	180	20	3.600	R\$ 20,00	R\$ 72.000,00	R\$ 864.000,00
Batata Frita	90		1.800	R\$ 7,00	R\$ 12.600,00	R\$ 151.200,00
Refrigerante	90		1.800	R\$ 4,00	R\$ 7.200,00	R\$ 86.400,00
Chop	60		1.200	R\$ 10,00	R\$ 12.000,00	R\$ 144.000,00
Água	30		600	R\$ 3,00	R\$ 1.800,00	R\$ 21.600,00
				TOTAL	R\$ 105.600,00	R\$ 1.267.200,00

FONTE: Dados do Autor

3.2.2 Premissas de despesas

Para a construção das linhas de despesas da hamburgueria os seguintes itens, com suas respectivas justificativas, estão sendo considerados:

Custo do produto vendido: alguns custos foram estimados com base em consultas junto a fornecedores de hamburguerias locais e outros em preços de produtos oferecidos ao varejo, por conveniência e por não representarem, em termos absolutos, valores expressivos. Para água, refrigerantes, batatas, tomate, alface, cebola, manteiga, sal e pimenta do reino, os custos foram obtidos junto aos sites dos supermercados Pão de Açúcar e Angeloni. Já para as carnes, consulta junto ao açougue Mikilas (bairro Água Verde – fornecedor de outras hamburguerias curitibanas), o queijo cheddar inglês foi cotado junto ao Empório Bon Appétit (localizado no mercado municipal, que também fornece no atacado para alguns restaurantes da cidade), os pães na Panificadora Giaretta (bairro Água Verde) e para Chops, cotação com a distribuidora Beer Company (bairro São Braz). As Tabelas 8 a 12 demonstram o detalhamento do custo unitário de cada produto comercializado neste modelo bem como os custos diários, mensais e anuais para os produtos vendidos.

Tabela 8: Custo unitário hambúrguer

Custo do Hambúrguer			
Ingrediente	Custo (R\$)	Quantidade Necessária 1 Hambúrguer	Custo (R\$)
Patinho (Kg)	26,90	0,0800	2,152
Bacon (Kg)	36,90	0,0500	1,845
Costela (Kg)	21,90	0,0800	1,752
Queijo Cheddar Inglês (Kg)	110,00	0,0250	2,750
Pão (unidade)	1,00	1,000	1,000
Manteiga (Kg)	15,00	0,0150	0,225
Cebola (Kg)	10,00	0,0150	0,150
Tomate (Kg)	2,90	0,0200	0,058
Alface (Kg)	4,00	0,0050	0,020
Pimenta do Reino (Kg)	60,00	0,0003	0,018
Sal (Kg)	1,79	0,0008	0,001
		(=) TOTAL	9,97

FONTE: Dados do Autor

Tabela 9: Custo unitário batata frita

Custo das Batatas Fritas			
Ingrediente	Custo (R\$)	Quantidade Necessária por porção	Custo (R\$)
Óleo (1 Litro)	2,80	0,200	0,56
Batata (Kg)	1,50	0,200	0,30
		(=) TOTAL	0,86

FONTE: Dados do Autor

Tabela 10: Custo unitário chop

Custo do Chop (Premium)			
Chop	Custo (R\$)	Quantidade de uma caneca (Litros)	Custo (R\$)
Coruja (Litro)	19,80	0,40	7,92
Colorado (Litro)	15,00	0,40	6,00
Morada (Litro)	15,00	0,40	6,00
Way Beer (Litro)	11,00	0,40	4,40
Klein (Litro)	10,50	0,40	4,20
Gauden (Litro)	10,00	0,40	4,00
		Média	5,42

FONTE: Dados do Autor

Tabela 11: Custo das bebidas não alcoólicas

Bebidas não-alcoólicas			
Não Alcoólicos	Custo (R\$)	Porção (1 Unidade)	Custo (R\$)
Refrigerante Lata (350 ml)	1,97	1,00	1,97
Água (500 ml)	1,00	1,00	1,00

FONTE: Dados do Autor

Tabela 12: Custo projetado do produto vendido

Custos Consolidados (por produto)					
Item	Custo Unitário	Vendas diárias projetadas (unidades)	Custo Diário	Custo Mensal	Custo Annual
Hambúrguer	R\$ 9,97	180	R\$ 1.794,85	R\$ 35.897,16	R\$ 430.765,86
Batata Frita	R\$ 0,86	90	R\$ 77,40	R\$ 1.548,00	R\$ 18.576,00
Refrigerante	R\$ 1,97	90	R\$ 177,30	R\$ 3.546,00	R\$ 42.552,00
Chop	R\$ 5,42	60	R\$ 325,20	R\$ 6.504,00	R\$ 78.048,00
Água	R\$ 1,00	30	R\$ 30,00	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00

		TOTAL	R\$ 2.404,75	R\$ 48.095,16	R\$ 577.141,86
--	--	--------------	---------------------	----------------------	-----------------------

FONTE: Dados do Autor

Funcionários: quadro composto por 1 chapeiro, 2 auxiliares de cozinha (um responsável pela montagem dos lanches e outros pela fritura de batatas e preparação/reposição de ingredientes), 1 caixa, 3 garçons e 1 auxiliar de limpeza. Tais números foram estimados com base no documento “Como montar uma lanchonete” (p. 12), na apostila “Restaurante e Eventos” (p. 25) do curso técnico em hotelaria do Centro Federal De Educação Tecnológica Do Rio Grande Do Norte e em discussões com os proprietários do blog “Em busca do hambúrguer perfeito”. O salários médios das posições para a cidade de Curitiba foram obtidos através de pesquisa no site Catho e, sobre eles, aplicados os devidos encargos trabalhista (Tabela 8) para empresas optantes pelo Simples Nacional, incluindo férias e décimo terceiro, e adição de vale transporte de R\$ 7,00 ao dia para cálculo do custo efetivo total anual, conforme Tabela 9.

Tabela 13: Encargos trabalhistas incidentes sobre remuneração mensal para empresas optantes pelo simples nacional

	Encargos Sociais	Encargos Trabalhistas
13º Salário		8,33%
Férias		11,11%
(=) Total Trabalhista		19,44%
INSS	0,00%	
SAT/RAT	0,00%	
Salário Educação	0,00%	
INCRA/SEST/SEBRAE/SENAT	0,00%	
FGTS	8,00%	
FGTS/Provisão de Multa para Rescisão	4,00%	
(=) Total Previdenciário	12,00%	
(+) Previdenciário s/13º e Férias		2,33%
	(=) TOTAL	33,77%

Fonte: Cálculos de encargos sociais e trabalhistas, site Guia Trabalhista.

Tabela 14: Custos com funcionários

(R\$)	Salário mensal médio	Encargos	Vale Transporte	Custo mensal	Custo Anual	Quantidade	Custo anual total
Chapeiro	1.126,07	380,27	140,00	1.646,34	19.756,13	1	19.756,13
Aux.	935,15	315,80	140,00	1.390,95	16.691,40	2	33.382,80

(R\$)	Salário mensal médio	Encargos	Vale Transporte	Custo mensal	Custo Anual	Quantidade	Custo anual total
cozinha							
Caixa	1.014,28	342,52	140,00	1.496,80	17.961,63	1	17.961,63
Garçom	1.139,29	384,74	140,00	1.664,03	19.968,34	3	59.905,02
Aux. limpeza	917,80	309,94	140,00	1.367,74	16.412,89	1	16.412,89
					TOTAL	8	147.418,47

FONTE: Dados do Autor

Aluguel: as despesas com aluguel de ponto comercial estão baseadas em dados coletados apresentados na Tabela 10. Onde, de acordo com os imóveis pesquisados, a média de ocupação é de 0,6 pessoas por metro quadrado, ou seja, para um ambiente capaz de atender 60 pessoas, se faz necessário um imóvel de 100 metros quadrados. Nos cinco imóveis pesquisados, o preço do aluguel mensal por metro quadrado ficou na casa de R\$ 36,75, o qual, para fins deste estudo, será arredondado para R\$ 40,00. Consequentemente, temos um custo de aluguel estimado em R\$ 4.000,00 por mês, ou R\$ 48.000,00 ao ano.

Tabela 15: Pesquisa de pontos comerciais para aluguel na cidade de Curitiba

	Metros quadrados	Valor do Aluguel	Valor do aluguel / metro quadrado	Capacidade (# pessoas)	Capacidade de pessoas / metro quadrado
Loja Comercial Vila Izabel - Tamoios	140,00	R\$ 6.000,00	R\$ 42,86	80	0,57
Loja Comercial Mercês - Cândido Hartmann	159,00	R\$ 5.200,00	R\$ 32,70	80	0,50
Loja Comercial Batel - Augusto Stelfeld	227,00	R\$ 12.000,00	R\$ 52,86	200	0,88
Prédio Comercial Centro - Marechal Deodoro	240,00	R\$ 6.000,00	R\$ 25,00	180	0,75
Loja Comercial Mercês - Manoel Ribas	99,00	R\$ 3.000,00	R\$ 30,30	30	0,30
Médias	173	R\$ 6.440,00	R\$ 36,75	114	0,60

Fonte: Imovelweb

- a) Água: A única estimativa encontrada para calcular o consumo mensal de água foi um estudo realizado por alunos da Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste, do Curso de Engenharia Civil sobre a “Estimativa do consumo de água em restaurantes na cidade de Cascavel – PR” (2012, p.12), que diz que o consumo por metro quadrado dos restaurantes considerados no estudo foi de 0,28 m³ por mês. Associando

esta informação com as tarifas de consumo comercial encontradas na página web da Sanepar de R\$ 54,91 para até 10 m³ e mais R\$ 6,19 para cada metro cúbico excedente, considerando uma loja de 100 metros quadrados, tem-se: $0,28 \times 100 = 28 \text{ m}^3$ por mês de consumo, aproximadamente. Sendo assim, considerando as tarifas mencionadas, tem-se: R\$ 54,91 (10 m³) + R\$ 6,19 x 18 m³ (excedente) = R\$166,33 ao mês (R\$ 1.995,96 anuais).

- b) Luz: Para tais estimativas foram utilizados relatórios produzidos pela ANEEL (disponibilizados online, no site da agência), que demonstram que a média de gastos dos meses de Junho, Julho e Agosto de 2015 de estabelecimentos comerciais e de serviços atendidos pela COPEL foi de R\$ 695,09, portanto R\$ 8.349,08 anualmente.
- c) Gás: Este foi mais um insumo o qual se apresentou grande dificuldade no levantamento de informações, contudo, uma matéria encontrada no portal GasNet, de 2011, a Compagás afirma que “No segmento comercial, a meta é fechar 2011 com 326 clientes e um consumo médio de 12 mil m³/dia...”. A partir desta afirmação, pode-se deduzir que o consumo diário aproximado de cada unidade é de aprox. 36,81 m³ por dia, ou seja, 736 m³ por mês o que, considerando as tarifas atuais (com impostos) disponíveis no site da própria Compagás de R\$ 2,4575 por m³, totaliza gastos mensais de R\$ 1.808,72 (R\$ 21.704,64 por ano).
- d) Internet: Planos de internet banda larga empresarial podem ser encontrados a partir de R\$ 129,90 mensais (GVT) até R\$ 369,90 (COPEL). Para o presente artigo serão considerados R\$ 150,00 por mês, ou R\$ 1.800,00 ao ano.
- e) Honorários de Contabilidade: Consulta a empresa NMS, que cobra R\$ 850,00 ao mês. Apesar de, com certeza, haverem empresas com valores mais conta, este será o valor utilizado para o presente estudo, que equivale a R\$ 10.200,00 ao ano.
- f) Assessoria de RH: A mesma empresa prestadora de serviços de Contabilidade, a NMS, também oferece serviços de gestão de RH (folha

de pagamento) cobrando R\$ 25,00 por colaborador, o que para 8 funcionários custaria a empresa R\$ 2.400,00 ao ano (R\$ 200,00 mensais).

- g) Software de gestão: Novamente, a NMS também oferece uma solução de gestão em plataforma SAP que custa R\$ 500,00 mensais. Contudo, neste caso a solução considerada será o Nimbus Food II, da Nimbus ERP, que cobra R\$ 473,76 mensais (R\$ 5.685,12) por seus serviços. A escolha se deve principalmente ao fato deste ser um sistema mais voltado para restaurantes.
- h) Provisão para itens extraordinários e/ou não considerados: Uma provisão de contingência de 10% sobre o total de despesas operacionais foi adicionado para cobrir eventuais itens extraordinários e não considerados anteriormente.

Considerando os itens expostos acima se tem a Tabela 11, com um demonstrativo das despesas operacionais recorrentes.

Tabela 16: Estimativa de despesas

Despesa	Valor Mensal	Valor Anual
Custo Produtos Vendidos	R\$ 48.095,16	R\$ 577.141,86
Despesas com Funcionários	R\$ 12.284,87	R\$ 147.418,47
Despesas com Aluguel	R\$ 4.000,00	R\$ 48.000,00
Água	R\$ 166,33	R\$ 1.995,96
Luz	R\$ 695,09	R\$ 8.341,08
Gás	R\$ 1.808,72	R\$ 21.704,64
Internet	R\$ 150,00	R\$ 1.800,00
Honorários Contabilidade	R\$ 850,00	R\$ 10.200,00
Assessoria de RH	R\$ 200,00	R\$ 2.400,00
Custo Software	R\$ 473,76	R\$ 5.685,12
(=) Subtotal	R\$ 68.723,93	R\$ 824.687,13
(+) Provisão para não considerados (10%)	R\$ 6.872,39	R\$ 82.468,71
(=) Total de Despesas	R\$ 75.596,32	R\$ 907.155,84

FONTE: Dados do Autor

3.2.3 Demonstrativo de resultados

Utilizando os dados colocados acima e, considerando que a curva de maturação da demanda (iniciando em 30% do projetado e atingindo 100% no mês 8) impacta apenas as receitas e o custo do produto vendido, temos, demonstrado na próxima página nas Figuras 1 (mês a mês para o primeiro anos) e 2 (demonstrativo de resultado anual – excluindo depreciação), os resultados projetados para a hamburgueria.

O lucro estimado para o primeiro ano de operações é de R\$ 194.902,46 e para os demais R\$ 329.620,43. Vale ressaltar que, para praticidade do exercício, não estão sendo consideradas oscilações de custos de preços decorrentes, principalmente, de inflação tendo em vista que, caso ocorram, os mesmos podem (e devem) ser repassados no preço, mantendo assim a rentabilidade estável, uma vez que a elasticidade da demanda com relação ao preço não está sendo avaliada neste exercício.

Adicionalmente, para cálculos de impostos, foi utilizada a tabela abaixo, com as alíquotas incidentes para empresas de Comércio optantes pelo Simples Nacional constante no Anexo I da Lei Complementar nº 147/2014, 7 de Agosto de 2014.

Tabela 17: Tabela impostos incidentes para empresas de Comércio optantes pelo Simples Nacional

Receita Bruta anual (R\$)		Alíquota	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ICMS
De	Até							
	180.000,00	4,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,75%	1,25%
180.000,01	360.000,00	5,47%	0,00%	0,00%	0,86%	0,00%	2,75%	1,86%
360.000,01	540.000,00	6,84%	0,27%	0,31%	0,95%	0,23%	2,75%	2,33%
540.000,01	720.000,00	7,54%	0,35%	0,35%	1,04%	0,25%	2,99%	2,56%
720.000,01	900.000,00	7,60%	0,35%	0,35%	1,05%	0,25%	3,02%	2,58%
900.000,01	1.080.000,00	8,28%	0,38%	0,38%	1,15%	0,27%	3,28%	2,82%
1.080.000,01	1.260.000,00	8,36%	0,39%	0,39%	1,16%	0,28%	3,30%	2,84%
1.260.000,01	1.440.000,00	8,45%	0,39%	0,39%	1,17%	0,28%	3,35%	2,87%
1.440.000,01	1.620.000,00	9,03%	0,42%	0,42%	1,25%	0,30%	3,57%	3,07%
1.620.000,01	1.800.000,00	9,12%	0,43%	0,43%	1,26%	0,30%	3,60%	3,10%
1.800.000,01	1.980.000,00	9,95%	0,46%	0,46%	1,38%	0,33%	3,94%	3,38%
1.980.000,01	2.160.000,00	10,04%	0,46%	0,46%	1,39%	0,33%	3,99%	3,41%
2.160.000,01	2.340.000,00	10,13%	0,47%	0,47%	1,40%	0,33%	4,01%	3,45%
2.340.000,01	2.520.000,00	10,23%	0,47%	0,47%	1,42%	0,34%	4,05%	3,48%
2.520.000,01	2.700.000,00	10,32%	0,48%	0,48%	1,43%	0,34%	4,08%	3,51%
2.700.000,01	2.880.000,00	11,23%	0,52%	0,52%	1,56%	0,37%	4,44%	3,82%
2.880.000,01	3.060.000,00	11,32%	0,52%	0,52%	1,57%	0,37%	4,49%	3,85%
3.060.000,01	3.240.000,00	11,42%	0,53%	0,53%	1,58%	0,38%	4,52%	3,88%
3.240.000,01	3.420.000,00	11,51%	0,53%	0,53%	1,60%	0,38%	4,56%	3,91%
3.420.000,01	3.600.000,00	11,61%	0,54%	0,54%	1,60%	0,38%	4,60%	3,95%

Fonte: Receita Federal

Figura 1: Demontração de resultados mensais e acumulados do primeiro ano de operações

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	TOTAL ANO 1
Receita de Vendas	31.680,00	42.240,00	52.800,00	63.360,00	73.920,00	84.480,00	95.040,00	105.600,00	105.600,00	105.600,00	105.600,00	105.600,00	971.520,00
(-) Custo do Produto Vendido	14.428,55	19.238,06	24.047,58	28.857,09	33.666,61	38.476,12	43.285,64	48.095,16	48.095,16	48.095,16	48.095,16	48.095,16	442.475,43
(=) Lucro Bruto	17.251,45	23.001,94	28.752,42	34.502,91	40.253,39	46.003,88	51.754,36	57.504,84	57.504,84	57.504,84	57.504,84	57.504,84	529.044,57
(-) Despesas Operacionais	24.134,50	24.615,46	25.096,41	25.577,36	26.058,31	26.539,26	27.020,21	27.501,17	27.501,17	27.501,17	27.501,17	27.501,17	316.547,34
Despesas com Funcionários	12.284,87	12.284,87	12.284,87	12.284,87	12.284,87	12.284,87	12.284,87	12.284,87	12.284,87	12.284,87	12.284,87	12.284,87	147.418,47
Aluguéis	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	48.000,00
Despesas Gerais Administrativas	4.343,90	4.343,90	4.343,90	4.343,90	4.343,90	4.343,90	4.343,90	4.343,90	4.343,90	4.343,90	4.343,90	4.343,90	52.126,80
Provisão Despesas eventuais não consideradas	3.505,73	3.986,68	4.467,63	4.948,59	5.429,54	5.910,49	6.391,44	6.872,39	6.872,39	6.872,39	6.872,39	6.872,39	69.002,07
(=) Lucro antes de Juros e Impostos	- 6.883,05	- 1.613,52	3.656,02	8.925,55	14.195,08	19.464,61	24.734,15	30.003,68	30.003,68	30.003,68	30.003,68	30.003,68	212.497,24
(-) Impostos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	17.594,77
IRPJ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	807,49
CSLL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	807,49
COFINS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.443,72
PIS/PASEP	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	573,74
CPP	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6.969,91
ICMS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5.992,42
(=) Lucro Líquido após I.R.	- 6.883,05	- 1.613,52	3.656,02	8.925,55	14.195,08	19.464,61	24.734,15	30.003,68	30.003,68	30.003,68	30.003,68	30.003,68	194.902,46

FONTE: Dados do Autor

Figura 2: Demonstração de resultados anual

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7	Ano 8	Ano 9	Ano 10
Receita de Vendas	971.520,00	1.267.200,00	1.267.200,00	1.267.200,00	1.267.200,00	1.267.200,00	1.267.200,00	1.267.200,00	1.267.200,00	1.267.200,00
(-) Custo do Produto Vendido	442.475,43	577.141,86	577.141,86	577.141,86	577.141,86	577.141,86	577.141,86	577.141,86	577.141,86	577.141,86
(=) Lucro Bruto	529.044,57	690.058,14	690.058,14	690.058,14	690.058,14	690.058,14	690.058,14	690.058,14	690.058,14	690.058,14
(-) Despesas Operacionais	316.547,34	330.013,98	330.013,98	330.013,98	330.013,98	330.013,98	330.013,98	330.013,98	330.013,98	330.013,98
Despesas com Funcionários	147.418,47	147.418,47	147.418,47	147.418,47	147.418,47	147.418,47	147.418,47	147.418,47	147.418,47	147.418,47
Aluguéis	48.000,00	48.000,00	48.000,00	48.000,00	48.000,00	48.000,00	48.000,00	48.000,00	48.000,00	48.000,00
Despesas Gerais Administrativas	52.126,80	52.126,80	52.126,80	52.126,80	52.126,80	52.126,80	52.126,80	52.126,80	52.126,80	52.126,80
Provisão Despesas eventuais não consideradas	69.002,07	82.468,71	82.468,71	82.468,71	82.468,71	82.468,71	82.468,71	82.468,71	82.468,71	82.468,71
(=) Lucro antes de Juros e Impostos	212.497,24	360.044,16	360.044,16	360.044,16	360.044,16	360.044,16	360.044,16	360.044,16	360.044,16	360.044,16
(-) Impostos	17.594,77	30.423,73	30.423,73	30.423,73	30.423,73	30.423,73	30.423,73	30.423,73	30.423,73	30.423,73
IRPJ	807,49	1.404,17	1.404,17	1.404,17	1.404,17	1.404,17	1.404,17	1.404,17	1.404,17	1.404,17
CSLL	807,49	1.404,17	1.404,17	1.404,17	1.404,17	1.404,17	1.404,17	1.404,17	1.404,17	1.404,17
COFINS	2.443,72	4.212,52	4.212,52	4.212,52	4.212,52	4.212,52	4.212,52	4.212,52	4.212,52	4.212,52
PIS/PASEP	573,74	1.008,12	1.008,12	1.008,12	1.008,12	1.008,12	1.008,12	1.008,12	1.008,12	1.008,12
CPP	6.969,91	12.061,48	12.061,48	12.061,48	12.061,48	12.061,48	12.061,48	12.061,48	12.061,48	12.061,48
ICMS	5.992,42	10.333,27	10.333,27	10.333,27	10.333,27	10.333,27	10.333,27	10.333,27	10.333,27	10.333,27
(=) Lucro Líquido após I.R.	194.902,46	329.620,43	329.620,43	329.620,43	329.620,43	329.620,43	329.620,43	329.620,43	329.620,43	329.620,43

FONTE: Dados do Autor

3.3 ORÇAMENTO DE CAPITAL

Dentro deste tópico, conforme referencial teórico apresentado no Capítulo 2, tem-se por objetivo utilizar os dados discutidos nos Capítulos 3.1 e 3.2 para que possam ser aplicadas as ferramentas de orçamento de capital, determinando assim a viabilidade do investimento proposto.

Para realizar tais estudos considera-se o período de 10 anos após o investimento inicial que, de acordo o Anexo I da instrução normativa SRF número 162 da Receita Federal, é o tempo de vida útil para equipamentos de cozinha industrial como Refrigerador, Fogões e Coifas, que serão os principais meios de produção para a lanchonete.

3.3.1 Custo de Capital

A primeira etapa para tomarem-se decisões acerca da realização, ou não, de investimentos é definir o custo de capital envolvido, pois este irá influenciar todos os cálculos seguintes de orçamento de capital e servirá, basicamente, como a referência de mínimo retorno a ser aceito para a realização do investimento.

No caso de uma lanchonete, imagina-se que a fonte primária de financiamento seja o capital dos sócios, ou seja, a utilização primordial de capital próprio e não de terceiros. Portanto, o custo de capital do empreendimento será definido pelo custo de capital próprio de seus sócios, calculado pelo método CAPM.

Pelo método CAPM, o custo de capital é definido por uma taxa livre de mercado somado ao prêmio pelo risco (pode ser definido pelo rendimento médio de mercado subtraído da taxa livre de risco) ponderado beta do ativo (ou mercado). Portanto, temos $K_p = R_f + \beta \times (R_m - R_f)$, onde K_p é o custo de capital próprio, R_f é a taxa livre de risco, β é o beta do mercado em questão e R_m é o retorno médio do mercado.

A taxa livre de risco foi definida como 16,41% ao ano, baseada na curva de juros futuros para títulos de dívida brasileiros de 10 anos no dia 29/12/2015. Já o beta e a rentabilidade de mercado foram obtidos com base no site Damodaran

Online para o setor que ele define como “*Restaurant/Dining*” de países emergentes e são, respectivamente, 0,950 e 13,18%.

Assim sendo, conclui-se que o custo de capital pode ser definido por: $K_p = 0,1641 + 0,950 \times (0,1318 - 0,1641)$, ou seja, $K_p = 13,34\%$ ao ano.

3.3.2 Valor Presente Líquido (VPL)

O VPL, de acordo com Gitman (2004, p. 342), pode ser calculado subtraindo-se o investimento inicial de um projeto de suas entradas de caixa a valor presente, descontadas a uma taxa igual ao seu custo de capital.

Tabela 18: Cálculo de Valor Presente Líquido

VPL	
Custo de Capital (Kp)	13,34%
Ano	Fluxo de Caixa Anual (R\$)
0	-304.439,36
1	194.902,46
2	329.620,43
3	329.620,43
4	329.620,43
5	329.620,43
6	329.620,43
7	329.620,43
8	329.620,43
9	329.620,43
10	329.620,43
VPL	1.341.181,32

FONTE: Dados do Autor

Levando-se em consideração o critério de aceitação para valores resultantes acima de zero, conclui-se que o projeto, de tal ponto de vista, é viável.

3.3.3 Taxa Interna de Retorno (TIR)

“Trata-se da taxa de desconto que iguala o VPL de uma oportunidade de investimento a R\$ 0,00 (porque o valor presente das entradas de caixa se iguala ao investimento inicial)” (Gitman, 2004, p. 344).

Tabela 19: Cálculo da TIR

TIR	
Custo de Capital (Kp)	13,34%
Ano	Fluxo de Caixa (R\$)
0	-304.439,36
1	194.902,46
2	329.620,43
3	329.620,43
4	329.620,43
5	329.620,43
6	329.620,43
7	329.620,43
8	329.620,43
9	329.620,43
10	329.620,43
TIR	87,43%

FONTE: Dados do Autor

Como o critério de aceitação, devem-se rejeitar projetos com TIR menor que o custo de capital, o que neste caso, não ocorreu, pois o resultado foi de aproximadamente seis vezes o retorno exigido.

3.3.4 Tempo de Payback

Pode ser entendido, simplesmente, como o tempo necessário para se recuperar o valor inicial investido em um determinado projeto. Como uma variação, temos também o Payback Descontado, que traz como única diferença a necessidade de se trazer a valor presente (data zero) todas as entradas de fluxo de caixa. O critério de aceitação depende fundamentalmente de que o retorno do valor investido se dê antes de um período definido, que geralmente se dá de forma subjetiva.

Para fins deste estudo deve-se considerar como período máximo de aceitação o tempo de vida útil dos equipamentos adquiridos, ou seja, dez anos.

A Tabela 14 demonstra os cálculos de Payback e Payback Descontado.

Tabela 20: Cálculo de Payback

Payback	
Custo de Capital (Kp)	13,34%

Ano	Fluxo de Caixa (R\$)	Acumulado (R\$)	Valor Presente dos Fluxos (R\$)	Acumulado Descontado (R\$)
0	-304.439,36	-304.439,36	-304.439,36	-304.439,36
1	194.902,46	-109.536,89	171.960,99	-132.478,36
2	329.620,43	220.083,53	256.589,78	124.111,41
3	329.620,43	549.703,96	226.387,25	350.498,66
4	329.620,43	879.324,39	199.739,79	550.238,45
5	329.620,43	1.208.944,81	176.228,93	726.467,38
6	329.620,43	1.538.565,24	155.485,47	881.952,85
7	329.620,43	1.868.185,67	137.183,67	1.019.136,52
8	329.620,43	2.197.806,09	121.036,13	1.140.172,66
9	329.620,43	2.527.426,52	106.789,28	1.246.961,94
10	329.620,43	2.857.046,94	94.219,39	1.341.181,32
Payback	1,33		Payback Descontado	1,52

FONTE: Dados do Autor

Tanto Payback, quanto Payback Descontado apresentam tempos de retorno consideravelmente melhores do que o mínimo requerido.

3.4 ANÁLISE DE VIABILIDADE

Dentro do cenário traçado nos capítulos anteriores, o investimento se demonstra favorável, apresentando VPL positivo e TIR quase 6 vezes superior ao custo de capital, com tempo de payback inferior a dois anos.

Em um cenário alternativo, apenas para fins ilustrativos, mantendo-se as premissas de preços e custos, e alterando-se apenas a demanda, o projeto atinge seu ponto de equilíbrio (deixa de ter despesas maiores que receitas) com as vendas médias diárias de aproximadamente 80 hambúrguers, 40 batatas fritas, 40 Refrigerantes, 20 Chops e 20 águas. Contudo, nessas condições, o projeto é inviável segundo as ferramentas de orçamento de capital, apresentando TIR e VPL negativos.

Para atingir a viabilidade mínima requerida pelas técnicas supracitadas é necessário vender, diariamente, algo em torno de 100 hambúrguers, 50 batatas fritas, 50 refrigerantes, 30 chops e 20 águas, desta maneira, o VPL é de R\$ 16.319,83 e a TIR 14,52%, pouco acima da taxa mínima de atratividade de 13,34%.

Tendo tais números em mente, talvez não seja de causar espanto o crescimento deste tipo de negócio nos últimos 10 anos na cidade de São Paulo,

citado no início deste artigo, uma vez que o retorno financeiro aparenta ser, de fato, altamente atrativo.

Respondendo as principais perguntas de pesquisa do artigo sobre a viabilidade de se aceitar uma situação de empreendedorismo no ramo em questão em detrimento a trabalhar como assalariado, isto dependerá de diversos outros fatores além de renda, mas isolando-o os demais, apenas para efeitos comparativos, o estudo demonstrou, em seu cenário base, que o empreendimento em questão aponta para lucros na casa de R\$ 300.000,00 anuais, o que representa rendimentos na casa de R\$ 27.000,00 mensais.

Apenas para referência, a Figura 3 abaixo, retirada do site Exame.com, demonstra salários da área Financeira e Contábil (em Reais). De acordo com a mesma, para obter rendimentos similares (R\$ 25.000,00) aos apresentados neste estudo é necessário, pelo menos, um cargo de Gerente em empresa de grande porte, com mais de 10 anos de experiência onde, na grande maioria dos casos, se exige um nível de dedicação, responsabilidade e volume de trabalho, muito provavelmente, similares ao de se ter seu próprio negócio.

Figura 3: Salários da áreas financeira e contábil

Cargo	Porte da empresa*	0 - 2 anos	3 - 5 anos	6 - 9 anos	>10 anos
Diretor Financeiro / CFO	P/M	12.000 - 25.000	15.000 - 30.000	17.000 - 35.000	20.000 - 40.000
	G	22.000 - 30.000	25.000 - 40.000	30.000 - 50.000	40.000 - 80.000
Controller	P/M	7.000 - 15.000	9.000 - 18.000	10.000 - 20.000	12.000 - 25.000
	G	13.000 - 20.000	15.000 - 25.000	18.000 - 30.000	22.000 - 35.000
Gerente de Planejamento Financeiro / Tesouraria	P/M	7.500 - 11.000	9.000 - 13.000	10.000 - 15.000	12.000 - 17.000
	G	10.000 - 14.000	12.000 - 20.000	14.000 - 24.000	18.000 - 30.000
Gerente Financeiro	P/M	6.000 - 9.000	7.000 - 12.000	8.000 - 14.000	10.000 - 16.000
	G	10.000 - 13.500	12.000 - 17.000	14.000 - 20.000	16.000 - 24.000
Gerente Contábil	P/M	6.000 - 9.000	7.000 - 12.000	8.000 - 14.000	10.000 - 16.000
	G	9.000 - 12.000	12.000 - 17.000	15.000 - 20.000	18.000 - 25.000
Gerente de Auditoria	P/M				
	G	8.000 - 12.000	10.000 - 18.000	12.000 - 22.000	15.000 - 25.000
Gerente Fiscal	P/M	6.000 - 9.000	7.000 - 12.000	8.000 - 13.000	10.000 - 15.000
	G	9.000 - 12.000	12.000 - 17.000	15.000 - 20.000	18.000 - 25.000
Coordenador Financeiro	P/M	4.500 - 6.500	5.000 - 7.500	5.500 - 8.000	6.000 - 9.000
	G	7.000 - 9.000	8.000 - 10.000	9.000 - 11.000	10.000 - 12.000
Coordenador de Controladoria	P/M	5.000 - 7.000	6.000 - 8.000	7.000 - 9.000	8.000 - 11.000
	G	7.000 - 9.000	8.000 - 11.000	9.000 - 12.000	10.000 - 14.000
Coordenador Contábil / Fiscal / Contador	P/M	5.000 - 6.500	5.500 - 8.000	6.000 - 8.500	7.000 - 10.000
	G	7.000 - 9.000	8.000 - 10.000	9.000 - 12.000	10.000 - 13.000
Auditor	P/M	2.500 - 4.000	3.000 - 6.000	5.000 - 8.000	7.000 - 9.000
	G	3.500 - 6.000	4.000 - 7.000	5.500 - 9.000	7.000 - 12.000
Analista Contábil / Fiscal	P/M	2.000 - 3.000	2.500 - 5.000	3.000 - 6.000	3.500 - 7.000
	G	2.500 - 4.500	3.500 - 7.500	4.000 - 9.000	5.000 - 10.500
Analista de Planejamento / Tesouraria	P/M	2.000 - 3.500	3.000 - 5.500	4.000 - 7.000	5.500 - 8.500
	G	3.000 - 4.500	4.000 - 7.500	6.000 - 9.000	7.000 - 11.000
Analista Financeiro	P/M	2.000 - 3.000	2.500 - 5.000	3.000 - 6.000	3.500 - 7.000
	G	2.500 - 4.000	3.500 - 6.500	4.000 - 7.500	5.000 - 8.500

Fonte: Revisgta Exame 30/10/2015

*Pequena e média empresa - até R\$ 500 milhões de faturamento ao ano / Grande empresa - a partir de R\$ 500 milhões de faturamento ao ano

4. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES FINAIS

Com os dados apresentados, pode-se concluir que do ponto de vista financeiro, sob todos os aspectos da análise de custo de capital, dado o cenário econômico atual, o investimento em uma Hamburgueria apresenta-se viável.

Claramente, muito vai depender da relação de apetite ao risco do indivíduo que pretende realizar esse tipo de investimento com sua renda auferida atual e perspectivas de ganho de longo prazo, tanto em seus rendimentos mensais (possibilidades de aumento de salário, bônus, troca de emprego), como em investimentos de maior risco que a renda fixa, que este possa ter. Não obstante, tal decisão também está intimamente relacionada à disposição em investir em um negócio próprio, que em termos de comprometimento e horas dedicadas, na maioria das vezes, consome mais do que trabalhar como assalariado.

Por óbvio, vale lembrar mais uma vez que, ainda que o direcionamento financeiro demonstre-se atrativo, este estudo não contempla aspectos fundamentais para determinar o sucesso de um empreendimento desse tipo como localização, posicionamento da marca, a demanda, pesquisa de mercado, diferenciais do produto em relação aos concorrentes, marketing/divulgação, dentre outros.

Portanto, um estudo futuro por meio de pesquisa empírica é sugerido para entender, a partir de dados quantitativos, o comportamento do mercado e como a demanda para este produto se dá na capital paranaense, entendendo assim se há viabilidade comercial e, em que região da cidade, para um novo estabelecimento no ramo de atuação.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Folha de São Paulo. **Hamburguerias viram hit em SP e número de casas gourmet cresce 500%**. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2014/09/1515122-hamburguerias-viram-hit-em-sp-e-numero-de-casas-gourmet-cresce-500.shtml>> Acesso em 10 de Setembro de 2015.

GITMAN, Laurence J. **Princípios de Administração Financeira**. São Paulo: Pearson, 2004

JÚNIOR, A. B. R.; RIGO, C. M.; CHEROBIM, A. P. M. S. **Administração Financeira: princípios, fundamentos e práticas financeira**. Elsevier, 2010.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008

COOPER, D.R.; Schindler, P.S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Bookman, 2008

LOJAS CLIMA. Disponível em <<http://www.lojasclima.com.br>> Acesso em 06/10/2015 as 16:20

CASA DO FOGÃO. Disponível em <<http://www.casadofogao.com.br>> Acesso em 06/10/2015 as 16:22

MERCADO LIVRE. Disponível em <<http://www.mercadolivre.com.br>> Acesso em 06/10/2015 as 16:47

BUSCAPE. Disponível em <<http://www.buscape.com.br>> Acesso em 29/10/2015 as 23:12

CATHO. **Guia de profissões e salários**. Disponível em <<http://www.catho.com.br/profissoes>> Acesso em 12/10/2015 as 10:50

NIMBUS. **Planos - Nimbus ERP Food**. <<http://www.nimbuserp.com.br/index.php/planos/nimbus-erp-food>> Acesso em 12/10/2015 as 11:30

ANEEL. Relatórios.

<[http://relatorios.aneel.gov.br/_layouts/xlviewer.aspx?id=/RelatoriosSAS/RelSAMPR egiaoEmp.xlsx&Source=http%3A%2F%2Frelatorios%2Eaneel%2Egov%2Ebr%2FRel atoriosSAS%2FForms%2FAIItems%2Easpx&DefaultItemOpen=1](http://relatorios.aneel.gov.br/_layouts/xlviewer.aspx?id=/RelatoriosSAS/RelSAMPR%20egiaoEmp.xlsx&Source=http%3A%2F%2Frelatorios%2Eaneel%2Egov%2Ebr%2FRelatoriosSAS%2FForms%2FAIItems%2Easpx&DefaultItemOpen=1)> Acesso em 12/10/2015 as 23:32

SOUZA, D. P.; SANTOS, R. K.; SANTOS, R. F. **Estimativa do consumo de água em restaurantes na cidade de Cascavel – PR.** Revista Acta Iguazu, Cascavel, p. 61, 2012

SANEPAR. Tabela de Tarifas de Saneamento Básico.

<<http://site.sanepar.com.br/sites/site.sanepar.com.br/files/clientes2012/decretotabela set2015.pdf>> Acesso em 12/10/2015 as 23:50

GASNET. Paraná chega a 300 estabelecimentos comerciais com gás natural.

<http://www.gasnet.com.br/conteudo/11040#sthash.UmT1R4xM.dpuf><<http://www.gasnet.com.br/conteudo/11040>> Acesso em 13/10/2015 as 00:14

COMPAGAS. Tabela de preços COMERCIAL

<<http://agv.compagas.com.br/index.php?action=uiprecos.index&segmento=2> > Acesso em 13/10/2015 as 00:15

COPEL TELECOM. Plano Extra Larga Empresarial. Disponível em

<<http://www.copeltelecom.com/hptelecom/produto-bel-empresarial.jsp>> Acesso em 30/10/2015 as 23:11

GVT. Plano de Banda Larga. Disponível em

<<http://www.gvt.com.br/PortalGVT/Residencial/Banda-Larga>> Acesso em 30/10/2015 as 23:13

IMOVELWEB. Disponível em <www.imovelweb.com.br> Acesso em 13/10/2015 as 00:50

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Instrução Normativa SRF nº 162, de 31 de dezembro de 1998.

<<https://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/Ins/Ant2001/1998/in16298ane1.htm>> Acesso em 31/10/2015 as 14:19

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. **ANEXO I DA LEI COMPLEMENTAR Nº123, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2006** Disponível em

<<http://www.receita.fazenda.gov.br/publico/Legislacao/LeisComplementares/2006/LeiComplementar1232006Anexo1.doc>> Acesso em 30/10/2015 as 23:36

PÃO DE AÇÚCAR. Disponível em <<http://www.paodeacucar.com.br/>> Acesso em 11/10/2015 as 16:34

ANGELONI. Disponível em <<http://www.angeloni.com.br/super/index>> Acesso em 11/10/2015 as 16:48

EXAME. **Salários da área Financeira e Contábil**. Disponível em <<http://exame.abril.com.br/carreira/ferramentas/tabela-de-salarios-rh/?empresa=financeiro-contabil>> Acesso em 30/10/2015 as 23:51

SEBRAE. **Como montar uma lanchonete**. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-uma-lanchonete>> acesso em 13/10/2015 as 12:23

GUIA TRABALHISTA. **Cálculos De Encargos Sociais e Trabalhistas**. Disponível em <<http://www.guiatrabalhista.com.br/tematicas/custostrabalhistas.htm>> Acesso em 12/10/2015 as 10:07

DAMODARAN ONLINE, **Data: Current**. Disponível em <<http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>> Acesso em 07/12/2015 as 20:16